

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
MARTHA KAROLINA VILA ROSA

**O GRUPO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO NA REDE SOCIAL
LINKEDIN:UM ESTUDO NETNOGRÁFICO**

CURITIBA

2014

MARTHA KAROLINA VILA ROSA

**O GRUPO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO NA REDE SOCIAL
LINKEDIN:UM ESTUDO NETNOGRÁFICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Gestão da Informação, do Curso
de Gestão da Informação, da Universidade
Federal do Paraná.

Orientadora: Prof^a Sandra de Fátima Santos
Co-orientador: Prof^o Celso Yoshikazu Ishida

CURITIBA

2014

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por tudo o que tem feito e tudo que ainda vai fazer.

Aos meus pais, Maurílio e Shirley de Mattos Vila Rosa, pelo apoio e ajuda sempre que precisei.

Ao meu irmão, Jean Felipe Vila Rosa, pela motivação diária.

Aos amigos que conquistei durante estes anos, que tanto me ajudaram e principalmente pela amizade que construímos e pelas boas lembranças que levarei.

A minha orientadora, Profa. Sandra de Fátima Santos, pela dedicação e paciência e a todos os meus professores que me proporcionaram tamanho conhecimento.

Enfim, agradeço a todos que, de alguma forma, contribuíram para a concretização desta grande etapa em minha vida.

RESUMO

O objetivo da pesquisa é identificar os aspectos profissionais considerados relevantes pelo grupo de Gestão da Informação nas discussões na rede social LinkedIn. Visa mostrar o cotidiano da comunidade por meio das habilidades do profissional da informação como, por exemplo: questões do mercado do trabalho, onde os profissionais da informação atuam em diversos setores e em organizações de diversos segmentos entre outros, possibilitando ver a atuação social do gestor da informação. A pesquisa foi elaborada de forma qualitativa, aplicando a técnica da netnografia realizando uma observação do objeto estudado, sendo necessário seguir alguns passos, sendo eles: planejamento da pesquisa; entrada; coleta de dados; interpretação; garantia de padrões éticos e apresentação dos dados da pesquisa. Com a análise de dados podemos constatar que os profissionais da informação tem uma vasta área de atuação, mostrando as exigências do mercado, sendo um profissional caracterizado pela variedade e pela multiplicidade das suas funções, sendo plausível que um mesmo profissional realize, ao mesmo tempo, atividades consideradas tradicionais e atividades emergentes.

Palavras – Chaves: Gestão da informação; LinkedIn; Netnografia; Rede social.

ABSTRACT

The objective of this study is to identify the professional aspects considered relevant by the Information Management Group in the discussions on the social network LinkedIn. Showing the daily life of the community through professional skill information such as: market issues of labor, where information professionals operating in various sectors and in various segments and other organizations, making it possible to see the social role of the manager information. The research was developed in a qualitative way, applying netnography technical performing an observation of the studied object, being necessary to follow a few steps, namely: research design; entrance; data collect; interpretation; ensuring ethical standards and presentation of research data. With the data analysis we can see that information professionals have a vast area of work, showing market requirements, being a professional characterized by variety and multiplicity of their duties, and it is plausible that the same professional conduct at the same time, activities considered traditional and emerging activities.

Keywords: Information management; LinkedIn; Netnography; Social network.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – PRINT DO PERFIL NO LINKEDIN DA PESQUISADORA MARTHA KAROLINA VILA ROSA	27
FIGURA 2 - PRINT DA COMUNIDADE DO GRUPO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO NO LINKEDIN	27

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - DEMONSTRATIVO DE ORÇAMENTO DE MATERIAIS PERMANENTES	30
QUADRO 2 – DEMONSTRATIVO DE ORÇAMENTO DOS SERVIÇOS.....	30
QUADRO 3 – DEMONSTRATIVO DE ORÇAMENTO DAS DESPESAS DE MATERIAS DE CONSUMO	31
QUADRO 4 – DEMONSTRATIVO DE ORÇAMENTO DAS DESPESAS DE PESSOAL	31

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 PROBLEMA	11
3 JUSTIFICATIVA	13
4 OBJETIVOS	15
4.1 OBJETIVO GERAL	15
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
5 LITERATURA PERTINENTE	16
5.1 NETNOGRAFIA COMO FERRAMENTA DE PESQUISA	16
5.2 AS REDES SOCIAIS NA ATUAL SOCIEDADE.....	20
5.3 A REDE SOCIAL LINKEDIN	22
5.4 A GESTÃO E O GESTOR DA INFORMAÇÃO : ATUAÇÃO SOCIAL.....	26
6 METODOLOGIA.....	30
7 INTERPRETAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS OBTIDOS.....	304
8 CONCLUSÃO.....	40
REFERÊNCIAS	43

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais tem adquirindo uma importância na sociedade moderna, pois vem mantendo pessoas e organizações conectadas através de um ou diversos tipos de relações, que compartilham os valores e os objetivos que tem em comum.

Os contatos online podem operar em diferentes níveis como, por exemplo, entre redes profissionais que é o caso do LinkedIn que compartilha informações, conhecimentos, interesses. Um dos principais propósito do mesmo é permitir que seus usuários possam manter uma ótima lista de contatos de pessoas conhecidas e que confiem em ambientes empresariais.

Uma ferramenta que o LinkedIn oferece é a criação de grupos, onde os usuários podem reunir os contatos profissionais para conversarem sobre carreira, estudos, vagas, discussões e assuntos do dia a dia etc. Como a ferramenta dos grupos tem muito a oferecer de informações, o objetivo principal da pesquisa é justamente saber quais os aspecto profissionais que o grupo de Gestão da Informação estão discutindo na rede social LinkedIn.

A informação é uma ferramenta de fundamental importância na sociedade atual, pois ela não precisa ser em grande quantidade mas sim em qualidade da informação ofertada.

Faz-se necessário discutir os aspectos profissionais dos gestores da informação, justamente para compreender e analisar o que os profissionais de informação apresentam no grupo de gestão da informação utilizando recursos da Netnográfica. Discutir também questões profissionais do Gestor da informação no LinkedIn e por fim, analisar a percepção dos Gestores da Informação quanto aos assuntos recorrentes no seu dia a dia é importante para o desenvolvimento de conhecimentos na área.

O papel do profissional da informação é ajudar a sociedade, na comunicação do conhecimento para as pessoas que necessitam, onde ultrapassam a estrutura organizacional e comunicacional, operada pelos sistemas de informação.

A Netnografia que é a técnica que estuda a liberdade de expressão na internet e oferece milhões de dados de diversos indivíduos aos pesquisadores, e também permite que os pesquisadores colham dados das interações que ocorrem na grande rede. É esse o objetivo do estudo através da técnica, acessar a rede social do LinkedIn no grupo de Gestão da Informação e colher dados para que possam mostrar o que os Gestores da Informação estão discutindo na rede sobre os aspectos profissionais do mesmo como, por exemplo, seu perfil profissional, suas habilidades, suas competências profissionais e pessoais e também suas experiências profissionais entre outros.

2 PROBLEMA

Estudar redes sociais implica em observar a estrutura social, construída a partir dos dados relacionados a diversos atores sociais como, por exemplo, indivíduos, instituições e grupos e suas inter-relações. Essas relações são estudadas nas redes sociais para examinarem o que conectam os indivíduos humanos, onde pode se focar também em redes onde esses atores são grupos ou organizações.

Existem diversas redes sociais onde se podem fazer estudos Netnográficos de diversas formas e contexto. A rede social escolhida para o estudo é o LinkedIn que nada mais é que um site que busca a criação de redes voltadas aos negócios, tem como foco os profissionais que tem desejo de construir uma rede de contatos profissionais que de fato possa ser utilizada nos negócios. Os relacionamentos do LinkedIn são chamados de conexões e são originados em algum tipo de relacionamento existente na vida real. As pessoas não podem se conectar a qualquer pessoa, somente a alguém com quem tenha trabalhado ou estudado. Além de grupos dedicados às áreas de especialização, procura também ligar-se a grupos com elevado número de membros e com a relevância geográfica.

O grupo de Gestão da Informação também está no LinkedIn, pois está numa rede social profissional sendo de grande importância sua atuação em redes, justamente por muitas vezes as pessoas não saberem como os profissionais de Gestão da Informação podem atuar no mercado de trabalho, pois no Brasil existem diversas instituições que oferecem essa graduação com diversos focos de área. Desta forma, na problemática estudada é importante ver o dia a dia das discussões aspectos profissionais desses profissionais de informação e também os diferentes focos sobre um determinado tema em comum.

Para se compreender a importância e o papel da Gestão da Informação, é preciso reconhecer o Gestor da Informação como mais um trabalhador da informação. Segundo Laudon e Laudon (1999: 307), “o Bureau of Labor Statistics define trabalho da informação como o trabalho que envolve principalmente a criação ou o processamento de informação”.

O Gestor da Informação é indispensável para qualquer empresa, pois se percebe cada vez mais que esse profissional é ideal para realizar a gestão da coleta, processamento, armazenagem e distribuição de informações internas e externas. Sendo capacitado para lidar com informação de qualquer tipo em diversas áreas, e responsável por toda a pesquisa, levantamento e a análise dos dados importantes para a gestão organizacional.

Segundo Braga (2007), o objetivo da Gestão da Informação é servir de apoio à política global da organização, uma vez que possibilita maior eficiência do conhecimento e promove articulação entre os diferentes subsistemas organizacionais. Além disso, deve apoiar o processo decisório, tornar mais eficaz o conhecimento sobre o ambiente organizacional, apoiar proativamente a evolução da estrutura organizacional para fazer frente às exigências competitivas, além de ajudar “a formar uma imagem da organização do seu projeto e dos seus produtos, através da implantação duma estratégia de comunicação interna e externa” (BRAGA, 2007). Partindo do pressuposto de que os profissionais da informação tem seu potencial nas redes social LinkedIn, tem-se como problema de pesquisa a seguinte questão: **identificar os aspectos profissionais considerados relevantes pelo grupo de Gestão da Informação nas discussões na rede social LinkedIn?**

3 JUSTIFICATIVA

Com o passar do tempo percebe-se que à internet, veio mostrar que tudo é possível, pois não há barreiras geográfica que limita as pessoas num espaço físico. Em meio tudo isso surgiu às redes sociais, para potencializar o que a internet já vinha protagonizando com seus bits: o início de uma nova percepção e maneiras de atingir o mundo inteiro.

Neste contexto, algumas redes sociais são um fenômeno como, por exemplo, LinkedIn, onde sua solidez e coerência, voltadas para um único propósito especificam de unir profissionais de todo o planeta.

O LinkedIn é o seu lado profissional, onde poderá fazer que sua carreira possa partilhar contatos profissionais, troca de experiências corporativas, na abertura de novos mercados, na partilha de conhecimento específico sobre as mais diversas áreas de conhecimento, e também como forma de aproximação de pessoas que desenvolvem relacionamentos com base numa palavra que parece que entrou definitivamente na moda, que é networking (net = rede, work = trabalho, ing = em contínuo)

Por ser uma rede social com foco no mundo corporativo, o LinkedIn passou a ser mais que apenas outra rede social e se transformou em um verdadeiro centro de promoção, divulgação e aperfeiçoamento profissional. O networking nessa rede tornou-se passagem obrigatória para quem busca evolução profissional.

Sendo assim os grupos no LinkedIn é um local pode trazer experiência, interesse e objetivos em comum. Onde o grupo de debate em Gestão da Informação tem a finalidade de discutir, refletir, compartilhar, informações e experiência entre os que atuam na produção, guarda, disseminação e produção de conhecimento na área do mesmo. O grupo de Gestão da Informação não é apenas para atualização para os profissionais de informação mais o grupo tem como sentido maior a troca de conhecimento que acontece quando interagimos.

A interação das pessoas do grupo traz no dia a dia das redes sociais algumas habilidades do profissional da informação como, por exemplo: questões do dia a dia do mercado do trabalho, onde os profissionais da informação atuam em diversos setores e

em organizações de diversos segmentos entre outros. É por essa razão que esta é a **justificativa teórica** da pesquisa a qual pode contribuir com a literatura nos seguintes assuntos: a Netnografia como ferramenta de pesquisa; as redes sociais na atual sociedade; a rede LinkedIn; a Gestão e o Gestor da Informação: atuação social.

Através das interações feitas pelos profissionais no grupo de Gestão da Informação, servindo de fontes diretas para que sejam recolhidos os dados da pesquisa, para o conhecimento dos profissionais da informação, sendo a **justificativa prática** que poderá contribuir para o entendimento empírico do assunto através da experiência do pesquisador versus membros do grupo, os quais deixarão suas experiências e necessidades profissionais, contribuindo assim com o desenvolvimento da carreira do Gestor da Informação.

4 OBJETIVOS

Os objetivos deste trabalho dividem-se em geral e específico, conforme segue:

4.1 OBJETIVO GERAL

O Objetivo Geral é identificar os aspectos profissionais considerados relevantes pelo grupo de Gestão da Informação nas discussões na rede social LinkedIn.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Visando atingir o objetivo principal, alguns objetivos específicos são requeridos, entre eles:

- Compreender e analisar o que os profissionais de informação apresentam no grupo de gestão da informação, por meio da técnica Netnográfica.
- Participar e Discutir as questões profissionais de um Gestor da Informação no LinkedIn;
- Analisar a percepção dos Gestores da Informação quanto aos assuntos recorrentes no seu dia a dia.

5 LITERATURA PERTINENTE

5.1 NETNOGRAFIA COMO FERRAMENTA DE PESQUISA

A Netnografia surgiu do termo etnografia, que estuda o relacionamento em grupo onde o pesquisador convive com a comunidade, observando tudo desde seu comportamento até sua vivência a cultura local, participando da interação, interagindo com o ambiente, através da técnica de observação, como Amaral ET AL (2009) define:

A etnografia é um método de investigação oriundo da antropologia que reúne técnicas que munem o pesquisador para o trabalho de observação a partir da inserção em comunidades para pesquisa, onde o pesquisador entra em contato intra-subjetivo com o objeto de estudo.

O desafio da metodologia da Netnografia eram primeiramente eram coletados elementos textuais, por meio de grupos de discussões por e-mails. Com o passar do desenvolvimento da internet foi também incluído elementos visuais e sons. Em 1998 Kozinets previa que em um futuro próximo os dados também poderiam ser coletados a partir de gravações de encontros mediados por teleconferências, o que é facilmente factível e observável nos dias de hoje.

O termo Netnografia só se tornou conhecido através dos trabalhos publicados por Kozinets. Netnografia, para Kozinets (1998),

É um método qualitativo planejado especificamente para investigar o comportamento dos consumidores das culturas e das comunidades presentes na internet. Segundo Jupp (apud KOZINETTS, 2006) a Netnografia é uma metodologia qualitativa e interpretativa que adapta as técnicas de pesquisa etnográfica da antropologia para o estudo das culturas e comunidades online, formada através de comunicações mediadas por computador (apud ZEN, 2011).

Sobre quando essa prática começou a ser explorada Amaral ET AL (2009) diz que:

Essa vertente metodológica começou a ser explorada a partir do surgimento de comunidades virtuais, no final dos anos 80. No Brasil, entretanto, ainda são poucos os estudos voltados para essa questão, seja no que diz respeito à metodologia em si ou aos objetos analisados. A aplicação da Netnografia é exclusiva do ambiente virtual, explorando o ciberespaço. Aplicando a observação e anotando os relatos das comunidades ou grupos online. Em outras palavras, o pesquisador vai a campo, se introduz num grupo e vivencia tudo com a comunidade, observando desde seu comportamento, vivenciando a cultura local, participando da interação.

O termo “Netnografia” (nethnography = net + ethnography) é praticado na rede onde o material explorado é retirado de blogs, websites, grupos, chats etc. Sendo um estudo para práticas, interações, usos e apropriações sociais na internet.

A Netnografia é uma metodologia de pesquisa de culturas presentes na internet que se desenvolveu inicialmente para compreensão de mercados consumidores por meio da adaptação de metodologias qualitativas (KOZINETTS, 1998). Ela abordar três tipos de estudos:

- metodologia para estudar culturas cibernéticas e comunidades virtuais;
- ferramenta metodológica para estudar culturas cibernéticas e comunidades virtuais derivadas;
- e ferramenta exploratória para estudar tópicos em geral.

Segundo Kozinets (ZEN, 2011), precisa haver um discernimento de quais informações são públicas e privadas e o que é o uso consensual de informações no ciberespaço. As capturas de informações interativas vêm de pessoas reais. Sendo assim, o estudioso indica alguns passos a serem seguidos garantindo uma metodologia ética.

Sendo assim é necessário que o pesquisador se identifique e também apresente as intenções da sua pesquisa. Além disso, a permissão do participante deve ser concedida antes do uso das informações contidas em comunidades e fóruns. O anonimato aos informantes também deve ser respeitado, de forma que o pesquisador trate-os por pseudônimos e não por seus nomes de usuários. Conforme Noveli (2010) “existe na literatura acerca do tema Netnografia ou etnografia online, muita discussão

sobre questões éticas: a questão do domínio público versus privado, que se configura no ato de pesquisar às escondidas, sem o conhecimento do pesquisado.”

Por fim, para Kozinets (apud AMARAL et al., 2008, p.38), "a checagem de dados com os próprios membros do grupo, legitima e acrescenta credibilidade à pesquisa. Através dos membros do grupo e da solicitação de suas opiniões, pode-se chegar a “insights” e conclusões além das observadas em campo."

Na Netnografia tem que se levar em conta a questão ética, pois não se pode sair divulgando as informações de qualquer jeito, por isso é necessário se preocupar as questões éticas. A questão de ser o método não obstrutivo também levanta dúvidas no que diz respeito à questão ética; por exemplo: o fato do pesquisador ter o consentimento informado do grupo leva o grupo a ter consciência de que ele estará sendo observado, isso pode ter um efeito no seu comportamento, enviesando a pesquisa da mesma forma como outra técnica fisicamente presencial faria, como Kozinets (2002, p.13), diz:

Os pontos cruciais que requerem a discussão de uma pesquisa ética, até onde a informação contida num site é pública ou privada e o que é o uso consensual de informações no ciberespaço.

Sendo a Netnografia uma metodologia que se utiliza da captura de informações interativas vindas de pessoas reais, não apenas de informações textuais passadas por uma edição. Assim, o caminho eticamente recomendável, é que o pesquisador se identifique o interesse de sua pesquisa, pedindo as permissões necessárias para o uso das informações obtidas em postagens e em conversas com os participantes das comunidades e fóruns. Além da garantia de confidencialidade e anonimato aos informantes, tratando-os por pseudônimos e não por seus nomes de usuário, incorporando na pesquisa as respostas e “feedbacks” vindas dos participantes ativos das comunidades. Além de eticamente recomendável, para Kozinets (2002, p. 25):

A checagem de dados com os próprios membros do grupo legitima e acrescenta credibilidade à pesquisa. Através dos membros do grupo e da solicitação de suas opiniões, pode-se chegar a “insights” e conclusões além das observadas em campo.

Porém, como pontua Amaral para se fazer a Netnografia uma das limitações seria que “o acesso à informação enfrenta dificuldades igualmente proporcionais às

dificuldades do pesquisador frente à utilização da tecnologia em si,” ou seja, neste âmbito as tecnologias passam a serem também artefatos de uma cultura virtual.

Para AMARAL (2008, p.35) “Nesse sentido é que as Tecnologias de Comunicação e Informação (TICs) se apresentam como “artefatos culturais” (HINE, 2000; 2005, SHAH, 2005), passíveis elas mesmas de dificuldades acerca da acessibilidade do pesquisador mediante as interfaces adjacentes aos objetos no campo virtual, como no caso de blogs.” Portanto para submergir no mundo das pesquisas Netnográficas o pesquisador deve se habituar e se munir de conhecimento sobre as tecnologias de comunicação e informação. O que nos leva a inferir o importante papel, por exemplo, da gestão da informação nesse novo ramo de pesquisa.

Como qualquer outro método a Netnografia também tem suas vantagens apresentadas onde podem ser relacionadas à pesquisa por meio de:

- tempo, esforço e custo menores, em relação a outras técnicas;
- busca é feita online, sendo dados abundantes e fáceis de obter;
- a validação de dados pelo usuário que responde é simples e conveniente;
- o anonimato do pesquisador permite uma verdadeira observação;
- flexibilidade geográfica, permite conduzir informações entre culturas e regiões diferentes;
- vantagem da ferramenta baseada em CMC (Comunicação Mediada por Computador)

As desvantagens que a Netnografia por muitas vezes apresenta são dos problemas relacionados com o computador:

- por muitas vezes o excesso de informação;
- não pode observar a linguagem corporal;
- por muitas vezes não ter confiança nos dados e fontes pesquisadas;
- ter uma falsa neutralidade;

Quando um pesquisador faz estudo Netnográfico para o fim didático, o pesquisador tem que assumir um posicionamento, por meio do:

- Pesquisador como investigador: é necessário que o pesquisador faça uma análise documental sendo caracterizada como uma “pesquisa de pesquisa”, coletando dados e informações relevantes sobre o grupo social a ser estudado, contribuindo com a pesquisa Netnográfica a ser desenvolvida, tendo assim um conhecimento mínimo sobre situações que podem ocorrer sobre objeto estudado.

- Pesquisador como observador: o pesquisador vai assumir a posição de observador para coletar dados para seu estudo por meio de interações nas redes sociais. É necessário tomar cuidado na coleta, tratamento e na disseminação destas informações na pesquisa.
- O pesquisador interagente: o pesquisador participa ativamente na interação entre os usuários, onde ele visa compreender as práticas sociais de um determinado grupo. O pesquisador busca estar e viver com os usuários, tornando-se igual, fazendo que essa interação seja necessária.
- O pesquisador como descobridor: depois da coleta de dados obtidos pela investigação, observação e a interação com um determinado grupo social na internet. O pesquisador vai realizar o agrupamento dos dados, desenvolvendo assim uma análise para interpretação das informações.

5.2 AS REDES SOCIAIS NA ATUAL SOCIEDADE

Foi nos primeiros anos do século XXI que o mundo pôde observar o “surgimento de uma nova forma de comunicação multidirecional que se baseia na colaboração e na construção coletiva, a web 2.0 (O'REILLY, 2005).” Em poucos anos, inserida neste novo modelo da web, surgem às redes sociais para consolidar a sua estrutura colaborativa e participativa.

O termo “rede social” foi primeiramente descrito por J. A. Barnes para mostrar padrões de laços, diferenciando de simples agrupamentos sociais, mas sem que se possam formalmente estabelecer as relações características estudadas posteriormente.

Pode-se dizer que uma rede social, é um conjunto de indivíduos que compartilham interesses, ideias, ou objetivos em comum, conectados por elos (arestas) ou comunidades com algum tipo de relação (CARRINGTON, SCOTT, WASSERMAN, 2005).

Na sociedade atual, denominada de sociedade da informação e do conhecimento, a informação ganha um valor imaginável, bem como seu acesso,

disseminação e compartilhamento, e as pessoas buscam, cada vez mais, novas formas de estarem conectadas e interligadas, como explica Roque (2010):

Os indivíduos buscam cada vez mais, uma constante atualização dos seus conhecimentos, emergindo assim, as redes de conhecimento que promovem por meio do estabelecimento de conexões e da interação entre os atores, uma troca intensa de informações que são convertidas em conhecimento. (ROQUE, 2010, p. 36).

Assim, essas redes de conhecimento vêm se modificando nessa sociedade da informação, caracterizando-se pelo compartilhamento em tempo real de um grande número de informações e firmam-se como um espaço social, alterando as formas de como as pessoas se relacionam umas com as outras.

Nas redes sociais, o usuário, além de se conectar com amigos, familiares ou até mesmo desconhecidos, também pode compartilhar qualquer conteúdo que seja, em sua opinião, relevante. Segundo Kist (2009) e Felinto (2008) diz que:

Esse processo de compartilhamento permite que um conteúdo produzido por um usuário possa alcançar um número cada vez maior de outros usuários das redes sociais. Esse fenômeno ficou conhecido como efeito viral.

Assim, nas redes sociais, os indivíduos podem trocar informações, experiências, criar comunidades virtuais ou fóruns de discussão que tratam de temas específicos, bem como divulgar ideias ou conceitos que acreditam ser importantes para si e para as comunidades nas quais estão inseridos.

Para Castells (2003), as redes sociais têm um papel importante na formação das novas interações sociais virtuais, ou comunidades virtuais. Desse modo:

Essas redes online tornam-se formas de ‘comunidades especializadas’, isto é, forma de sociabilidade construída em torno de interesses específicos. Como as pessoas podem facilmente pertencer a várias dessas redes, os indivíduos tendem a desenvolver seu ‘portfólios de “sociabilidade”’. (CASTELLS, 2003, p. 10).

As redes sociais também têm ampliado os contatos sociais em uma posição geográfica mais abrangente e levam os indivíduos a uma manutenção mais constante desses contatos. Como lembra Castells (2003):

Os usuários da internet tendiam mais do que não-usuários a se encontrar com amigos e a ter uma vida social longe de casa, embora suas redes de interação social fossem mais dispersas espacialmente que as dos não-usuários. (CASTELLS, 2003, p. 99).

Portanto, as redes sociais têm um papel fundamental na rotina da Geração Internet e têm favorecido à efetivação da sociedade virtual, rompendo fronteiras geográficas e mostrando o forte papel da individualidade na rede.

Pode-se, de modo geral, no que tange a classificação, separar considerando apenas por razões didáticas as redes sociais em quatro tipos:

- redes humanas, onde ligações de interesse de alguma forma permitem relações mais ou menos permanentes entre pessoas com interesses comuns, tais como, de influência, de assuntos comuns ou para estabelecer algum tipo de serviços: negócios, permuta, valores sociais e até mesmo ações criminosas;
- redes comunitárias, estabelecidas por territorialidade e que facilitam ações de pessoas que habitam, trabalham ou apenas passam em uma região geográfica, sindicatos, por exemplo;
- redes profissionais, formada, em geral, por pessoas que atuam em determinada área profissional, como saúde, recursos humanos, promoção de eventos, negócios, etc.
- redes sociais on-line, que incluem ferramentas disponíveis na internet ou Web, ou mídias sociais conectadas, cuja finalidade é agrupar pessoas, que compartilham atividades, eventos, fotos, opiniões ou simples manifestações. Essas ferramentas servem, portanto, para estabelecer relações e redes de trocas de informações ou divulgação de negócios e ideias.

5.3 A REDE SOCIAL LINKEDIN

Uma networking profissional é uma das atividades importantes que devemos compreender durante toda nossa carreira, o desenvolvimento das redes de contatos começa geralmente em um ambiente offline, mas com o passar dos tempos é essencial cuidarmos da nossa presença online, isso veio com as redes sociais, para poder transmitir o que somos na nossa vida profissional.

O LinkedIn é um site que busca a criação de redes sociais voltadas aos negócios, tem como foco os profissionais que tem desejo de construir uma rede de contatos profissionais que de fato possa ser utilizada nos negócios.

A história do LinkedIn começou da seguinte forma:

No final de 2002, Reid Hoffman recruta uma equipe de antigos colegas Allen Blue, Jean Luc Vaillant, Eric Ly e Konstantin Guericke da SocialNet e PayPal para trabalhar em uma nova ideia. Seis meses depois, LinkedIn é lançado e o seu crescimento é lento no início, apenas 20 inscrições em alguns dias, mas, com a queda, ele se mostra promissor o suficiente para atrair um investimento da Sequoia Capital.

Depois seu crescimento acelera com a introdução de uploads de catálogo de endereços no final de 2003, e o LinkedIn introduz novas funcionalidades como grupos e parceiros com American Express para promover suas ofertas para os pequenos empresários. Sendo assim o LinkedIn apresenta suas primeiras linhas de negócio: Jobs e Assinaturas.

Com o lançamento de perfis públicos, LinkedIn começa a apostar sua reivindicação como o perfil profissional de registro. Em 2006, a empresa alcança a rentabilidade, e núcleo apresenta como recomendações e pessoas que talvez você conheça são introduzidas. No mesmo ano, depois de quatro anos como CEO, Reid fica de lado para executar o produto e traz Dan Nye para liderar a empresa e o LinkedIn passa para Stierlin Tribunal e abre o centro de Atendimento ao Cliente em Omaha.

Já em 2008 o LinkedIn se torna uma empresa verdadeiramente global, e lança as versões do site em língua espanhola e francesa.

Em 2009 Jeff Weiner junta LinkedIn pela primeira vez como presidente, e traz foco e clareza a missão do LinkedIn, valores e prioridades estratégicas.

Já em 2011 o LinkedIn, torna-se uma empresa de capital aberto na Bolsa de Nova York, e abriga uma câmara municipal com o Presidente dos Estados Unidos.

Em 2012 o projeto de mudança fez um site totalmente reprojeto permitiu um ritmo sem precedentes de inovação e transformação do produto - do site e da empresa, que se concentrou em três conceitos: simplificar, crescer, todos os dias.

Portanto, o LinkedIn é uma ferramenta de gestão de contatos profissionais que permite criar uma grande rede geradora de negócios. Sendo baseada numa teoria dos “seis graus de separação”, esta teoria foi criada a partir de um estudo científico que tem como objetivo os seis laços de amizade para que as duas pessoas quaisquer estejam ligadas entre si. Nos Estados Unidos, fizeram um estudo que se baseou em enviar cartas, e identificar o número de laços de conhecimento pessoal existia entre duas pessoas quaisquer, sendo assim, cada pessoa recebia uma identificando a pessoa alvo e depois deveria mandar uma nova carta para a pessoa identificada, caso a pessoa a conhecesse ou para uma pessoa qualquer de sua relação que tivesse mais chance de conhecer a pessoa alvo. A pessoa quando recebesse a carta enviaria para os responsáveis do estudo.

Essa crença era popular pelo simples fato que o número de máximo de pessoas entre duas pessoas são seis onde em 1990 foi gerada uma peça com o nome *Degrees of Separation*, de John Guare.

O grau de separação são modernos nas análises de redes sociais pois vem sendo diversas pesquisas como por exemplo na identificação da estrutura das redes de colaboração de cientistas, redes de cooperação e de transmissão de doenças¹, e redes de páginas, sítios na web e no Brasil inclui a análise de redes de co-autoria dos pesquisadores de Ciência da Informação, denominada Rede CI.

Essa teoria também é utilizada pelo uso das redes de relacionamento como, por exemplo, o LinkedIn que pode mapear a rede de relacionamento online deixando as claras os amigos e mostrando quanto é grande a rede de contatos. O LinkedIn oferece aos usuários a possibilidade de mapear a sua rede de contatos, através da aplicação que permite copiar contatos da lista de contatos do outlook e enviar um convite para cada um dos usuários. Os usuários tem que se cadastrar e criar seu próprio perfil para visualizar o conteúdo dentro da rede. Segundo a prática, o LinkedIn mapeia a grau de separação existente entre cada um dos contatos. Sendo assim é possível entrar em contato com qualquer profissional da rede, mas os profissionais em todos os graus de separação irão participar desse contato, ou seja, se for necessário entrar em contato com

alguém da minha rede, terei que fazer via aos profissionais que me separam do meu contato final.

O perfil do LinkedIn parece como um currículo, cujo foco é descrever sua trajetória profissional por meio das informações pessoais, e sua formação acadêmica, expondo suas qualificações, competências e habilidades. O LinkedIn possui dois tipos de contas: a conta básica e a avançada. Os passos para você criar o seu perfil é:

- Você começará criando um resumo de seu currículo.
- **Experiência:** Insira os registros separados de seus empregos atuais e anteriores citando: Nome da empresa, cargo, localidade e uma breve descrição das atividades e período de atuação na referida empresa.
- **Formação acadêmica:** Esses registros incluem nome da Instituição de ensino, título acadêmico, período, prêmios ganhos e quaisquer outras observações que queira acrescentar. O LinkedIn usará todo seu histórico acadêmico e profissional para ajudá-lo a encontrar amigos e ex-colegas de classe.
- **Dados pessoais:** Data de nascimento e estado civil.
- **Dica para entrar em contato:** coloque seu e-mail.

Há também uma seção onde você pode listar os sites dos quais participa, pessoal e profissionalmente, além de um espaço para uma lista resumida de interesses, grupos associados e títulos honoríficos.

Uma ferramenta interessante no LinkedIn são os diretórios de grupos tem o objetivo de encontrar com outros profissionais, sendo de fundamental importância para se associar a comunidades especializadas de utilizados. Além de alguns grupos ser dedicados a determinadas áreas de especialização, é necessário também encontrar grupos com elevado número de membros e com a relevância geográfica. Oferecendo um espaço para que esses profissionais de uma mesma área possam compartilhar conteúdo, encontrar respostas, anunciar e visualizar vagas de empregos, estabelecer contatos profissionais e se estabelecerem como especialista no próprio setor. Nos grupos também é possível efetuar pesquisas avançadas dos respectivos membros.

As pessoas podem localizar os grupos dos quais participar por meio do recurso pesquisar no topo de sua página inicial ou visualizar e também pode criar um novo grupo com foco em um tópico ou setor específico.

A diferença do LinkedIn para as demais redes sociais:

- Tem como finalidade criar redes profissionais; encontrar empregos; vender produtos e serviços; contato com potenciais parceiros empresas; em vez de fazer amigos ou compartilhar dados como fotos, vídeos ou música, sendo que a página do utilizador pode ser visto como um currículo online;
- Não pode colocar fotografias (com exceção da fotografia do seu perfil);
- Não pode alojar um blog;
- Não pode personalizar as cores ou o layout da sua página de perfil;

O grupo de Gestão da Informação no LinkedIn, apesar do título é um grupo interdisciplinar e tem como objetivos: discutir, refletir, compartilhar informações e experiência entre profissionais que atuam na produção, guarda, disseminação e acesso à informação com vistas a produção de conhecimento a ser preservado e disseminado. A partir disso, faz parte do processo de melhorar as relações entre os usuários e produtores de informação para o bem da comunidade social, científica e acadêmica. Além disso, dentro do grupo, na aba empregos, são disponibilizadas informações sobre vagas e oportunidades profissionais nas áreas afins às linhas de interesse do Grupo, sendo elas: Cultura, Comunicação (que incluem mídias sociais, editoras, web), Informação (Bibliotecários, Arquivistas, Ciências da Informação), Educação (incluindo a modalidade EaD), Ciências Humanas, mantendo-se uma média de algumas centenas de vagas por semana.

5.4 A GESTÃO E O GESTOR DA INFORMAÇÃO : ATUAÇÃO SOCIAL

A Gestão da Informação é um processo tem a finalidade de buscar, identificar, classificar, processar, armazenar e disseminar as informações, independentemente do formato ou meio em que se encontra. Seu objetivo é fazer com que as informações cheguem às pessoas que necessitam delas para tomar decisões no momento certo. A Gestão da Informação, não necessariamente envolve todas as etapas citadas, muito menos nesta ordem. As etapas consistem em:

- **Busca** - escolha de fontes de informações confiáveis que se enquadrem nos critérios de qualidade da informação definidos pelo profissional da informação junto ao cliente;
- **Identificação** - utilizar informações relevantes que atendam às necessidades do cliente;
- **Classificação** - agrupar as informações de acordo com as características e propriedades identificadas, para facilitar o tratamento, processamento e recuperação;
- **Processamento** - tratar a informação, adequando-a ao melhor formato para facilitar o seu uso e compreensão;
- **Armazenamento** - utilizando-se técnicas de classificação e processamento, armazenar as informações para facilitar o seu acesso quando necessário;
- **Disseminação** - consiste em fazer com que a informação chegue a quem dela precisa no momento adequado, criando utilidade temporal;
- **Recuperação** - definição de mecanismos que possibilitem resgatar a informação armazenada, quando, como, onde e para quem dela necessita.

Essas peculiaridades do Gestor da Informação se dão tanto em nível individual como em empresas (públicas ou privadas). Dentro de empresas, organiza os fluxos de informação, pesquisa e levanta dados estratégicos para negócios, subsidia inovações tecnológicas com novas informações e organiza as informações em telecentros e organizações não governamentais entre outras.

Segundo Pereira (2001) a Gestão da Informação pode ser visualizada em três dimensões, a saber:

a) como teoria: um conjunto de saberes interdisciplinares das áreas de administração de empresas, tecnologias da informação e ciências da informação, que culminam numa formação discursiva complexa;

b) como prática: um conjunto de métodos/metodologias, técnicas e ferramentas, voltado para a coleta, o processamento, a difusão e uso das informações pelas organizações, com o intuito de transformar dados em informações de

relevância e propósito, que sirvam à tomada de decisões de quem delas precise;

c) como processo: é um recurso estratégico de intervenções governamentais não só nos universos da ciência e tecnologia, como também, no universo econômico das nações, que necessitam da informação para a transferência de conhecimentos entre indivíduos, organizações ou mesmo, países, para aumentar sua competitividade global (PEREIRA, 2001, p. 11).

Segundo Braga (2007), “o objetivo da Gestão da Informação é servir de apoio à política global da organização, uma vez que possibilita maior eficiência do conhecimento e promove articulação entre os diferentes subsistemas organizacionais. Além disso, deve apoiar o processo decisório, tornar mais eficaz o conhecimento sobre o ambiente organizacional, apoiar proativamente a evolução da estrutura organizacional para fazer frente às exigências competitivas, além de ajudar a formar uma imagem da organização do seu projeto e dos seus produtos, através da implantação duma estratégia de comunicação interna e externa” (BRAGA, 2007).

MARCHIORI (MARCHIORI, 2002, p. 84-85), apresenta qual o perfil profissional, competências profissionais e as competências pessoais do profissional de Gestão da Informação:

- Perfil profissional - explorar as interfaces de informação gerais ou especializadas, que sejam relevantes aos seus clientes; combinar um profundo entendimento das dinâmicas da informação com habilidades interpessoais e empatia, oferecendo respostas que possam auxiliar na tomada de decisões de seus clientes; oferecer consultorias, treinamentos e avaliação de sistemas, unidades, produtos, serviços e atividades de informação; dominar os processos administrativos relativos ao planejamento de atividades, produtos e serviços de informação; planejar a implantação de tecnologias para a administração de sistemas, unidades, produtos, serviços e atividades de informação; integrar equipes multidisciplinares, para encontrar nestas a parceria estratégica, visando a promoção e ampliação dos campos de trabalho e das atividades inerentes à gestão da informação; participar ativamente no processo de disseminação da informação; contribuir com seus conhecimentos para que os recursos de informação sejam mais rentáveis e eficazes na tomada

de decisões; assumir o papel de administrador de informação de maneira integral, transcendendo os aspectos meramente técnicos; aprender a inovar, desenvolver suas atividades mirando projeções para o futuro; fazer uso adequado da informação como instrumento gerador de conhecimento; estabelecer estratégias efetivas de mercado de informação como produto indispensável para o desenvolvimento institucional e nacional; estar atento ao que ocorre no mundo, no que diz respeito às questões políticas, sociais e econômicas, estando consciente de que sua responsabilidade é manejar conhecimentos; manejar a pluralidade das necessidades de informação em ambientes tradicionais, virtuais ou híbridos; internalizar que como administrador de conhecimento, precisa investir em contínua formação; ter competência no processo de tomada de decisões e na resolução de problemas.

- Competências profissionais - buscar e disponibilizar a informação em qualquer formato desejado pelo cliente; identificar e explorar as fontes de informação, o que requer habilidades em: acessar e adquirir informação eletrônica/ótica/ impressa; explorar/navegar e participar na construção de redes automatizadas e não automatizadas; intercambiar informações entre sistemas de informação existentes; explorar bolsões de dados não cobertos por sistemas formais de informação; avaliar a qualidade das fontes de informação, sob os seguintes parâmetros: exatidão, atualidade, abrangência, formato(s) disponível(eis) e orientação à necessidade do cliente; adicionar valor ao processo de coleta de informações; organizar e sistematizar a informação útil para o conhecimento do cliente, utilizando-se dos processos de análise, descrição e interpretação da informação; conectar informações dispersas, de modo a originar novas informações e conhecimentos; utilizar a tecnologia como um vetor para conectar pessoas, organizações e informações.
- Competências pessoais - observar e atuar ativamente no ambiente em que trabalha; coordenar atividades de equipe; comunicar-se de forma efetiva; negociar e vender produtos e serviços de informação; promover liderança e visão; orientar-se para clientes; assumir o papel de consultor para problemas de informação; incitar a informação à permear as

organizações; encorajar os indivíduos a encontrar sua própria informação.

O mercado de trabalho do Gestor da Informação é um profissional capacitado a promover soluções de gestão e de tecnologia para identificação, coleta, tratamento, armazenamento, disseminação e geração de informação, nos níveis estratégico, tático e operacional em organizações públicas, privadas, não-governamentais e como autônomo, interagindo com as demais profissões.

Destacam-se alguns exemplos de atuação do Gestor da Informação, tais como:

- a) Planejamento e elaboração de estratégias de informação.
- b) Desenvolvimento e implantação de sistemas de informação.
- c) Estabelecimento de políticas de informação: monitoramento, tratamento, uso e segurança da informação.
- d) Proposição/ desenvolvimento de metodologias para eficácia de processos.
- e) Avaliação e proposição de fluxos de informações e documentos para otimizar a comunicação efetiva nos processos de negócios.
- f) Elaboração de produtos e serviços de informação.
- g) Consultoria e assessoria na busca, tratamento, apresentação e uso de dados, informações e documentos.

6 METODOLOGIA

Para realizar a técnica de Netnografia segundo orientações de Kozinets e outros olhares como (BORGES, 2011) o pesquisador primeiro precisa definir uma questão da pesquisa inicial, depois identificar qual ou quais ambientes sociais online são apropriados a estas questões de interesse, e assim, buscar aprender o máximo possível sobre os ambientes e seus participantes. O autor ainda sugere que os ambientes sociais online possuam:

- (a) um segmento, tópico ou grupo mais relevante para a questão da pesquisa;
- (b) maior tráfego de postagens;

- (c) maior diversidade de usuários;
- (d) dados mais detalhados ou descritivamente ricos; e
- (e) maior interação entre membros.

A aplicação da Netnografia é realizada por meio de uma observação do objeto estudado, sendo assim o posicionamento do pesquisador interfere na que os dados são coletados, organizados e analisados. O pesquisador vai assumir a posição de observador para coletar dados para seu estudo por meio de interações nas redes sociais. É necessário tomar cuidado na coleta, tratamento e na disseminação destas informações na pesquisa. Sendo assim, o pesquisador vai coletar os dados da pesquisa on-line para análise de conteúdo no grupo de Gestão da Informação no LinkedIn,

De acordo com o Kozinets (2010), existem alguns passos a serem seguidos para se realizar a técnica de Netnografia:

- **Planejamento de pesquisa:** sendo assim o problema da pesquisa será: Quais os aspectos profissionais considerados pelo grupo de gestão da informação nas discussões na rede social LinkedIn?
- **Entrada:** Os dados da pesquisa foram todos coletados na rede social LinkedIn, no grupo de Gestão da Informação. O estudo vai foi feito através da pesquisa qualitativa onde tem as seguintes características: o ambiente natural como fonte direta de dados e o pesquisador com o instrumento fundamental; o caráter descritivo; o significado que as dão as coisas a sua vida como preocupação do investigador; e por fim enfoque indutivo. A Netnografia é, no entanto uma metodologia de pesquisa qualitativa que permitem uma alta amostragem, sendo uma técnica de interpretação e análise que se diferencia a cultura do grupo social. Sendo o universo da pesquisa a rede social LinkedIn, que é utilizado como laboratório de observação participante, para as trocas de informações que ocorrem no ambiente online. Foi utilizado como amostra o grupo de Gestão da Informação entre 2010 á 2014 dentro do universo de pesquisa a rede social LinkedIn, e que a coleta de dados será conforme relatado a seguir.

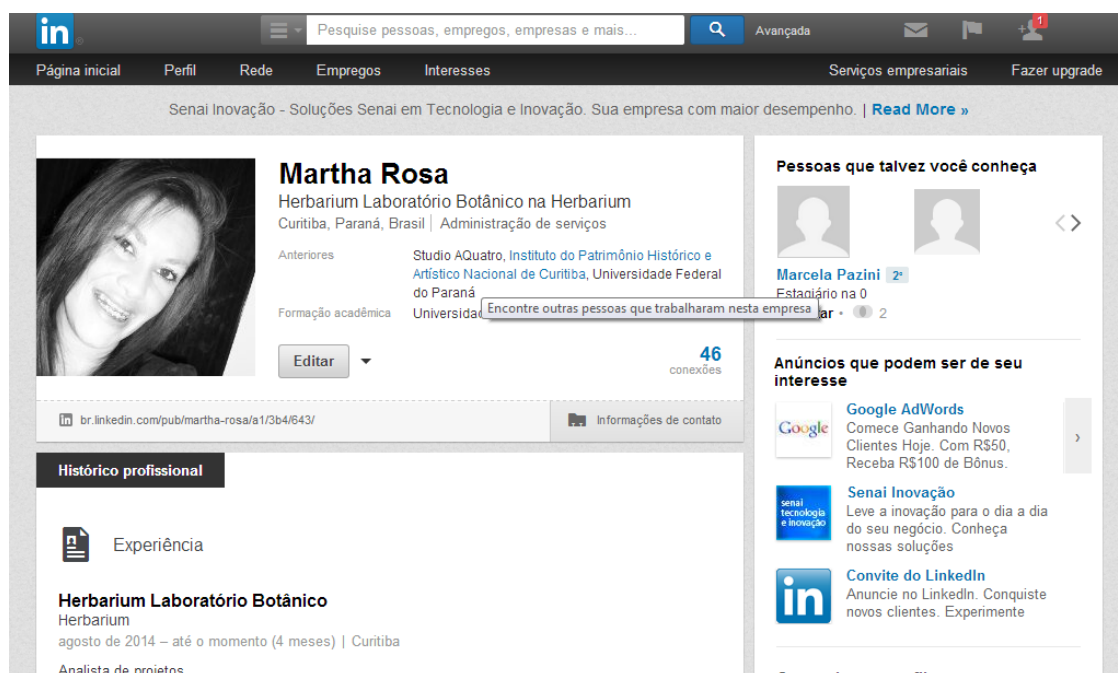


Figura1: Perfil no LinkedIn.
Fonte: LinkedIn (2014).



Figura 2: Grupo de Gestão da Informação no LinkedIn
Fonte: LinkedIn (2014).

- **Coleta de dados:** foi realizada uma cópia no documento Word, dos dados coletados para que se possa contextualizar e fazer que esses dados possam gerar informações úteis e que tenham sentido. "Todos os tipos de ambientes sociais online -utilizados para compartilhamento de ideias, construção de comunidades

e contato com consumidores - são considerados fontes objetivas de informações (KOZINETTS apud BORGES, 2011, p.55)."

- **Interpretação:** Os dados foram organizados de forma que tenham uma interpretação simbólica sendo necessária à classificação, análise de codificação e contextualização dos atos comunicativos.
- **Garantia de padrões éticos:** as informações coletadas no grupo será um item que exige uma atenção especial é a questões de ética. Na Netnografia a ética está relacionada com a privacidade, confidencialidade, propriedade e acesso. Segundo Borges (2011), enquanto alguns autores afirmam que essa identificação é eticamente necessária, outros afirmam que, como a análise realizada pelo pesquisador não é da pessoa e sim do discurso, os indivíduos em si não estariam sendo expostos. Além disso, a identificação do pesquisador poderia interferir no contexto e nas reações dos indivíduos, ou ainda, poderia ser algo inviável em plataformas como o LinkedIn, onde milhares de mensagens são trocadas diariamente e não haveria como cada indivíduo ser alertado, continuamente, que suas mensagens estariam sendo pesquisadas.
- **Apresentação dos dados da pesquisa:** e a análise dos dados coletados foram interpretados e apresentados como uma análise de conteúdo para a manipulação das mensagens para evidenciar os indicadores que permitam inferir sobre outra realidade.

7 INTERPRETAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS OBTIDOS

Esta seção aborda a interpretação e a análise dos dados, conforme dados encontrados em campo, os resultados são comentados à luz da análise de conteúdo (Bardin) e interpretação pessoal da pesquisadora. Inicialmente os dados serão analisados para que tenham uma interpretação simbólica sendo necessária à classificação, análise de codificação e contextualização dos atos comunicativos e por fim os dados serão apresentados por meio de uma análise de conteúdo.

Para identificar os aspectos profissionais considerados relevantes pelo grupo de Gestão da Informação nas discussões na rede social LinkedIn, foi necessário entrar na

rede social profissional, com um perfil criado pela pesquisadora com o nome de Martha Rosa (próprio nome do pesquisador), através disso foi possível descrever a trajetória profissional, sua formação acadêmica, expondo suas qualificações, competências e habilidades. Há também uma seção onde pode listar sites dos quais participa, pessoal e profissionalmente, além de espaços para uma lista resumida de interesses, grupos associados. Sendo assim, foi necessário entrar no grupo “Gestão da Informação”, sendo um grupo específico com 2.955 integrantes, tendo um espaço para esses profissionais para que possam compartilhar conteúdos, encontrar respostas, anunciar e visualizar vagas de empregos, estabelecerem contatos profissionais e também efetuar pesquisa dos respectivos membros. Segundo o Lima (2008), criador do perfil do grupo de gestão da informação, define o que é o gestor da informação:

O gestor da informação atuará em organizações em que a informação é produzida, armazenada, recuperada e utilizada, como: indústrias, empresas públicas e privadas, instituições educacionais, editoras, agências de comunicação, organizações não-governamentais, associações, etc. Seu espaço de atuação diz respeito a instituições de natureza documental e junto a pessoas e grupos que necessitam de informação para desenvolver suas atividades. O profissional desta área deve ser capaz de interagir e agregar valores nos processos de geração, transferência e uso da informação e na documentação no campo da gestão do conhecimento.

Foram analisadas as postagens dos membros do grupo entre os anos de 2010 a 2014, que mostram o dia a dia da comunidade. Cada postagem dos membros será identificada pela palavra “postagem” e consequentemente com uma sequência numérica.

A análise se faz da comparação das postagens da comunidade de gestão da informação na rede social LinkedIn, com as competências, habilidades de um gestor da informação. Isso mostra a teoria se aliando a prática por meio do dia a dia das postagens que há no grupo por meio de dúvidas, postagens de assuntos da área e etc.

Um dos enfoques do curso de Gestão da Informação é a Ciência da Informação, tendo como objeto de estudo a informação em si, é a teoria se aliando a prática através da criação, identificação, coleta, validação, representação, recuperação e o uso da informação. O profissional da informação volta-se para o contexto social que busca o fornecimento e demandas da informação, assim como a necessidade do gerenciamento de recursos de informação, o monitoramento, a localização, a avaliação, a compilação e a disponibilidade de fontes de informação que, tendem suprir a

solicitação, e que são descritas, analisadas e compiladas e apresentadas para a utilização.

Em algumas das postagens feitas na comunidade mostra bem o que foi dito acima, sobre o profissional da informação o que ele estará apto a fazer na área da Ciência da Informação, isso foi muito bem expresso na Postagem 01, onde mostra sobre a “metodologia aplicada nas organizações, que necessariamente precisa de gestão e inteligência, podendo passar pelas seguintes etapas: planejamento, coleta de informações, o ciclo de análise da informação e pôr fim a disseminação da informação.”

Para que as informações nas organizações tenham veracidade e relevância é necessário o trabalho do gestor da informação, através de um volume de informações produzidas por meio de documentos, imagens, dados, bits possam ser um recurso valioso e fonte de riqueza da organização, trazendo uma vantagem competitiva perante seus concorrentes.

Isso só é possível por meio de uma excelente gestão documental dos documentos produzidos e recebidos dentro da organização, como mostra a Postagem 02:

“Isso só é feito pelo o controle sobre a produção documental e a racionalização de seu fluxo, por meio da aplicação de modernas técnicas e recursos tecnológicos, são objetivos de um programa de gestão de documentos, que levará à melhoria dos serviços arquivísticos, resgatando, com isso, a função social que os arquivos devem ter, aumentando-lhes a eficácia, garantindo o cumprimento dos direitos de cidadania e sendo, para as Empresas e para o próprio Estado, suporte para as decisões político-administrativas. E também através do Código de classificação de documentos de arquivo para a administração pública: atividades-meio e a Tabela básica de temporalidade e destinação de documentos de arquivo relativos às atividades-meio da administração pública foram elaborados por técnicos do Arquivo Nacional, da antiga Secretaria da Administração Federal e do Ministério do Planejamento e Orçamento e constituem elementos essenciais à organização dos arquivos correntes e intermediários, permitindo acesso aos documentos por meio da racionalização e controle eficazes das informações neles contidas, não apenas para a Administração Pública, mas também a Administração Privada.”(Postagem 02, 2013).

Os documentos na guarda das organizações nos mostra a grande importância da memória institucional nesse universo corporativo, pois esse trabalho é interdisciplinar onde a informação é sua matéria prima principal. Em que essas informações são resgatadas, organizadas para depois poderem ser disponibilizadas, utilizando os princípios metodológicos vindo da arquivística, como a garantia que o

caráter histórico, probatório ou até mesmo de patrimônio cultural, seja preservado as gerações futuras e de fato que seja consolidado uma identidade institucional. Segundo a Postagem 03 mostra que a memória institucional é:

“Compreendida como um meio eficaz para a manutenção da informação com vistas à gestão organizacional. É uma ferramenta eficiente para a tomada de decisões estratégicas e colabora para a geração de inovação e produção de conhecimento, ajudando a criar uma identidade para a instituição, seja ela do ramo social, cultural ou empresarial.” (Postagem 03, 2013)

Outro assunto que foi comentado na comunidade foi sobre o curador de conteúdos que oferece um contexto e percursos alternativos ao usuário, que valorize as informações por eles trabalhadas e disponibilizadas. Na postagem 04 qual a finalidade do curador de conteúdo é:

“Tenta encontrar entre a vasta quantidade de informação que inunda a internet, aquela que é realmente relevante aos seus usuários/leitores. Esse conteúdo de valor deverá satisfazer as exigências de informação que tais pessoas apresentam, e que funcionaria como um antídoto contra aquilo que vem se convencionando chamar de infoxicação, da qual a rede padece de forma epidemiológica. De acordo com minha experiência considero que as principais fases da Curadoria de Conteúdos sejam assim discriminadas: coleta; seleção e criação de filtros; edição, elaboração; arranjar/formatar; criar a estratégia de disponibilização/distribuição; engajamento e análise, monitoramento.” (Postagem 04, 2013)

Sob o enfoque da tecnologia, a gestão da informação é vista, dentro do contexto organizacional, como um recurso a ser utilizado de diferentes formas de software e hardware e por redes de telecomunicações adequadas aos diversos tipos de sistema de informações.

Uma ferramenta importante para a tomada de decisões é a visualizações dos dados dentro de uma organização, pois os dados gerados poderão ser transformados em informações a partir das informações poderá gerar análises e ai gerar resultados. Para que isso aconteça é necessário gerar análises que mostre visualmente as informações que preciso, através de alguns recursos gráficos, na Postagem 05, podemos verificar alguns deles “gráfico de dispersão; treemapping; heat grid; gauge”.

Historicamente os usos de gráficos na tomada de decisão estão restritos aos habituais e não menos importantes como não estão restritos só aos habituais como, por

exemplo, gráfico de pizza, de barras e etc, e que pode ser utilizados outros tipos como mostrado na postagem acima. O objetivo da utilização dos gráficos é mostrar visualmente o resultado, chamando a atenção para um problema ou uma oportunidade que poderá ser explorada utilizando outras ferramentas de análise.

No mundo competitivo, passa por constantes mudanças e inovações, pensando nisso as organizações têm diversas informações estratégicas, onde se faz mais valiosa do que todos os seus bens materiais somados. Pensando na gestão de riscos numa organização é saber lidar com soluções de segurança em todos os processos que são essenciais para proteger a imagem de uma companhia e garantir o seu crescimento. E, é um fator importante fazer a segurança das informações sendo um componente essencial para a estratégia de negócios de qualquer empresa como mostra na Postagem 06:

“Os métodos que pode auxiliar os empresários a reverter esse cenário, e que tem sido cada vez mais adotado no mercado, é a criptografia. Utilizada desde a antiguidade para garantir a privacidade das comunicações militares, a técnica protege as informações transmitidas e armazenadas por meio da codificação, ou seja, ela “embaralha” o conteúdo da mensagem, de modo que ele só possa ser lido por quem tem a chave correta para “desembaralhá-lo”. A cobertura da proteção é extensa: senhas, dados financeiros, backup, devices, e-mails, transações bancárias, entre outros. Além disso, a criptografia pode ser usada tanto para proteger dados armazenados (no computador, celular ou na nuvem) como informações transmitidas pela rede, com ou sem fio”. (Postagem 06, 2013)

Um dos assuntos na área de tecnologia comentados na comunidade de gestão da informação é os sistemas integrados de gestão empresarial (ERP) que nada mais é que software de processos de negócios que são definidos por um determinado conjunto de tarefas e procedimentos interdependentes, realizados para alcançar um determinado resultado dentro da empresa. O ERP ajuda a empresa operar com um único sistema de informação que atenda todas as áreas organizacionais, com o armazenamento dos dados um único banco de dados centralizado como mostra a Postagem 07, mostra exatamente qual a finalidade de um ERP:

“O ERP é um sistema genérico capaz de integrar todas as informações que fluem pela empresa por intermédio de uma base de dados única, ou seja, é um software de planejamento dos recursos empresariais que integra as diferentes funções da empresa para criar operações mais eficientes. Integrando os dados-chave e a comunicação entre as áreas da empresa, fornecendo informações detalhadas sobre as operações da mesma. A integração pode ser vista sob a perspectiva funcional (sistemas de finanças, contabilidade, recursos humanos, fabricação, marketing, vendas, compras etc) e sob a perspectiva sistêmica (sistema de processamento de transações,

sistemas de informações gerenciais, sistemas de apoio à decisão etc). A documentação e contabilização dos processos por intermédio do ERP geram regras de negócios bem definidas e permitem controle mais rígido sobre pontos vulneráveis do negócio. Para as empresas de médio porte, a adoção de ERP constitui excelente oportunidade para modernização tecnológica.” (Postagem 07, 2014)

A assinatura digital é outro assunto comentado na comunidade, pois se tornou uma necessidade essencial em órgãos públicos e empresas de qualquer atividade, ao se relacionarem, sendo necessário para verificar se a informação é verdade e autêntica, mostrando como a assinatura dos documentos é fundamental para confirmar a confiança das informações, na Postagem 08, nos mostra como funciona a assinatura digital:

“Neste sistema, a primeira chave é chamada de chave privada ou particular, que é fornecida à pessoa que irá utilizar a assinatura digital, não devendo ser revelada para ninguém. Já a segunda chave é chamada de chave pública, e esta estará disponível para todo mundo que quiser fazer contato com o assinante, seja em um site ou um diretório acessível a todos, como se fosse uma lista telefônica. Com ela, quem receber um documento assinado pela chave privada, poderá decodificar a informação contida e verificar a autenticidade da assinatura. A assinatura eletrônica possui requisitos de segurança parecidos com a assinatura de próprio punho, como a: autenticação; exclusividade; autenticação do documento e a eficiência.” (Postagem 08, 2014)

Outro enfoque dado no curso de Gestão da Informação é o da administração de empresas, no qual visa a incrementar a competitividade empresarial e os processos de modernização organizacional, capacitando profissionais na administração de tecnologias da informação em sintonia com os objetivos empresariais.

O conceito de *Business Process Management* (BPM) ou gerenciamento de processos de negócio ou gestão de processos de negócios, é um nome dado na união de gestão de negócios e a tecnologia da informação, com foco na otimização dos resultados organizacionais, através da melhoria dos processos de negócio, como mostra na Postagem 09:

“O BPM tem sido referenciado com uma introdução ao gerenciamento holístico para alinhar processos de negócio das organizações com as necessidades dos clientes, promovendo negócios com efetividade e eficiência enquanto se esforça para obter inovação, flexibilidade e integração com a

tecnologia, pois o BPM procura obter a melhora dos processos continuamente. As ferramentas denominadas sistemas de gestão de processos do negócio (sistemas BPM) monitoram o andamento dos processos de uma forma rápida e barata. Dessa forma, os gestores podem analisar e alterar processos baseados em dados reais e não apenas por intuição.” (Postagem 09, 2014)

Implantar o Gerenciamento de Processos de Negócios, em uma empresa não é simples, não é rápido, envolve mudança de comportamento das pessoas e comprometimento da alta administração. Essas práticas aplicadas ajudam a maximizar os resultados e o desempenho dos processos, permitindo às organizações melhor rentabilidade, vantagem competitiva, redução de custos, otimização de recursos, aumento da satisfação dos clientes através de produtos e serviços de qualidade.

Nos dias de hoje, a área de sistemas de workflow encontra-se em evidência, pois a mesma consiste em representar as atividades que compõem os processos, seu fluxo de execução e as interações entre os mesmo, assim como os agentes responsáveis e os recursos envolvidos. Em cada organização, os processos de negócios possuem características próprias, logo um modelo de workflow deve representar de forma real as informações qualitativas e quantitativas da mesma, como nos mostra a Postagem 10, sobre o que é um workflow:

“Sendo assim o fluxo de trabalho ou Workflow são ferramentas que ajudam o BPM no mundo dos processos, permitindo a interação por meio de conexões entre responsáveis e ações, com isso possibilita a sincronização de processos de execução de atividades. O termo fluxo de trabalho refere-se a ideias, métodos, técnicas e softwares usados para apoiar os processos de negócios estruturados. A estrutura do workflow é extremamente volátil, pois representa as mudanças das regras e protocolos dos processos de negócio e/ou atividades administrativas. A evolução dos sistemas é inevitável porque tanto os processos do negócio quanto as atividades administrativas, podem variar de acordo com as reformas organizacionais e mudanças do ambiente externo.” (POSTAGEM 10, 2014)

Os fluxos de trabalho são de extrema importância pois eles disponibilizam as ações processuais, restrições temporais, trocas dinâmicas e tratamento de algumas exceções. Para que isso aconteça o workflow é monitorado permitindo assim que se recupera um histórico do assunto quando necessário, através de auditorias internas.

7 CONCLUSÃO

O gestor da informação é responsável por coletar, selecionar, processar, armazenar, distribuir e avaliar informações conforme o objetivo do curso de Gestão da Informação. Dentro de empresas, organiza os fluxos de informação, pesquisa e levanta dados estratégicos para negócios, subsidia inovações tecnológicas com novas informações.

O seu mercado de atuação está crescendo, principalmente na área de gestão de dados e informações, juntamente acompanhando a tendência do uso mais e mais intenso da tecnologia da informação. O gestor da informação encontra trabalho em grandes empresas públicas e privadas, instituições de ensino, editoras, agência de comunicações, etc.

A partir disso, houve a necessidade de investigar e identificar os aspectos profissionais considerados relevantes pelo grupo de Gestão da Informação nas discussões na rede social LinkedIn. Neste sentido, foi necessário participar da rede social LinkedIn, mais especificamente no grupo de gestão da informação, para acompanhar e até mesmo participar do cotidiano da comunidade para poder discutir se realmente o que é aprendido na teoria é colocado em prática pelos profissionais de informação.

Na coleta de dados foi possível identificar através da técnica da netnografia o que acontecia na comunidade, observando a posição dos gestores da informação sobre os assuntos discutidos na comunidade no seu dia a dia. Na comunidade de gestão da informação na rede social LinkedIn, foi possível perceber que nos dias úteis de segunda à sexta há mais postagens no grupo, como por exemplo, há postagens sobre o dia a dia do gestor da informação, dúvidas sobre alguns assuntos, vagas de empregos etc., sendo assuntos relevantes para a área e até mesmo de interesse profissional. Já nos finais de semanas há postagens sobre assuntos aleatórios como, por exemplo, como desenvolver seu FIB (felicidade interna bruta), mensagens sobre auto-estima, reforma ortográfica, paródias e etc. Outro fator que chama atenção na comunidade que há mais postagens na área da Ciência da informação, como por exemplo, gestão documental, tesouros, mostra

também sobre as fases de planejamento, coleta de informações, o ciclo de análise da informação e pôr fim a disseminação da informação e etc.

Percebeu-se que os profissionais de informação tem uma vasta área de atuação, onde esse estudo buscou mostrar as exigências do mercado que o faz contratar, trazendo assim subsídios para a colocação desse profissional no mercado de trabalho emergente. Sendo assim, os profissionais da informação têm como característica a variedade e a multiplicidade de suas funções parecem plausíveis que um mesmo profissional realize, ao mesmo tempo, atividades consideradas tradicionais e atividades emergentes.

A rede social LinkedIn é uma ferramenta de gestão de contatos profissionais, e nos permite criar uma rede geradora de relações. A partir disso, o estudo realizado na comunidade de gestão da informação traz alguns pontos positivos são eles: mostrar que o gestor da informação, tem uma ampla rede de conhecimento multidisciplinar, sendo indispensável na escolha, análise e disseminação da informação relevante pelos responsáveis pela tomada de decisão nas mais diversas organizações. Outro fator ponto positivo é a contratação do profissional da informação, pois esse profissional além de ter conhecimentos técnicos precisa ter a capacidade de interpretar devidamente a informação obtida, e a organização possa utilizar as informações que realmente necessitam. A partir do grupo de Gestão da Informação no LinkedIn, podemos perceber que esses profissionais da informação vêm sendo constantemente valorizados e requisitados nos mais diversos ambientes como, por exemplo, em grandes empresas públicas e privadas, instituições de ensino, editoras, agências de comunicação, ONGS entre outros. Por meio da comunidade de Gestão da Informação permite que diversos outros profissionais de diversas áreas conheça o profissional da informação, sendo uma grande geradora de relações.

Como o curso de Gestão da Informação é multidisciplinar, com disciplinas que integram conteúdo dos eixos da Ciência da Informação, Administração e Tecnologia da Informação. A partir disso, com o estudo pode-se identificar quais os assuntos que eram mais corriqueiros no dia a dia da comunidade e também verificar qual a área que está mais forte no momento para o profissional da informação.

Sendo assim os assuntos mais comentados na comunidade de Gestão da Informação, no LinkedIn foram da área da Ciência da Informação com os assuntos de ciclo da análise da informação, gestão documental, curador de conteúdo, memória institucional, o que mostra a importância da Ciência da informação na formação do tripé

curricular do curso. Já os assuntos na área de Tecnologia foram visualização de dados; segurança da informação; sistema integrado de gestão empresarial (ERP) e assinatura digital. E por fim, na área de Administração os assuntos mais comentados foram gerenciamento de processos de negócios e sistemas de workflow.

Como pode perceber a área mais difundida na comunidade com 80% das postagens no seu dia a dia na área da Ciência da Informação, em que muitas vezes os profissionais de Gestão da Informação não dão tanto valor, e não seguem essa linha profissionalmente. Os gestores da informação se enganam em pensar que na área da Ciência da Informação tem pouco campo de trabalho e como se pode perceber acima que há um vasto campo de atuação além de ser o mais comentado na comunidade.

REFERÊNCIAS

AGAR, M. H. Speaking of ethnography. Newbury Park: Sage Publications, 1986. 78p.

AGUIAR, S. Redes sociais e tecnologias digitais de informação e comunicação - Relatório final de pesquisa. NUPEF RITS - Núcleo de Pesquisas, Estudos e Formação da Rede de Informações para o Terceiro Setor. mar-ago 2006.

ALMEIDA, M. E. B. Educação a distância na internet: abordagens e contribuições dos ambientes digitais de aprendizagem. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.29, n.2, p. 327-340, jul./dez. 2003.

AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. Revista Sessões do Imaginário, Porto Alegre, ed. 20, p.34-40, dez. 2008.

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. **Apontamentos metodológicos iniciais sobre a netnografia no contexto pesquisa em comunicação digital e cibercultura**. Curitiba: Xxxii Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009. 13 p.

ANGROSINO, M. Etnografia e observação participante. Trad. José Fonseca. Porto Alegre: Artmed, 2009. 138p.

BARABÁSI, A. L. e ALBERT. R. Emergence of scaling in random networks. Science, v. 286, n. 5439 p. 509-512. 1999.

BOWLER JR, G. M. Netnography: a method specifically designed to study cultures and communities online. The Qualitative Report, v.15, n.5, p. 1270-1275, sep. 2010.

BRAGA, A. Técnica etnográfica aplicada à comunicação online: uma discussão metodológica. UNIrevista, v.1, n.3, p.1-11, jul. 2006.

BUFREM, Leilah S.; PEREIRA, Edmeire C.. Os profissionais da informação e a gestão de competências. **Perspectiva em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p.170-191, jul. 2004.

CARAMEZ, Rui Pedro. Como ter sucesso no LinkedIn. São Paulo: Pactor.2013. 192 p.

CARDOSO, M. Y. N. P.; SILVA, A. C. C. Metodologia para construção de materiais didáticos na EAD: do plano de ensino ao roteiro de tutoria. XIV Congresso Internacional ABED de Educação a Distância – CIAED. Anais... Santos, 2008.

CARRINGTON, P. J., SCOTT, J. and WASSERMAN, S. Models and Methods in Social Network Analysis. Cambridge University Press, (2005), 344 p.

CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CAVALCANTI, C. R. Indexação e tesouro: metodologia e técnica, Brasília, ABDF, 1978. 89 p.

CORREIA, C. H. W. Comunidades Virtuais gerando identidades na sociedade em rede. Ciberlegenda. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Niterói, n.13, 2004. Disponível em: <<http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/226/122>> Acesso em: 23 set. 2014.

CUNHA, Miriam Vieira. O profissional da informação: formação e mercado de trabalho. Revisão de literatura. Ensaios APB, São Paulo, n. 82-84, 2000.

CRUZ, Tadeu Business process management & business management Systems. Rio de Janeiro 2009 2ª edição.

DECIGI (Curitiba). **Portal de Gestão da Informação**. Disponível em: <<http://www.decigi.ufpr.br/>>. Acesso em: 30 out. 2014.

DOTTA, S.; JORGE, E. Simulação e incidência como estratégias didáticas na formação de tutores para o uso de webconferência em EaD. XXII Simpósio Brasileiro de

Informática na Educação (SBIE) e XVII Workshop de Informática na Escola (WIE). *Anais...* Aracajú, 2011.

FREIRE, Isa Maria; ARAUJO, Vânia Maria Rodrigues Hermes de. A responsabilidade social da ciência da informação. *Transinformação*, Campinas, v. 11, n. 1, p. 7-15, jan./abr. 1999.

GADOTTI, M. *O ciberespaço da formação continuada: educação a distância com base na Internet*. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 1999.

GAZETA DO POVO (Curitiba). Gestão da Informação. 2013. Disponível em: <<http://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/comunicacao-informacao/gestao-informacao-686367.shtml>>. Acesso em: 30 out. 2014.

GARCIA, A. C. *et al.* Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, v.38, n.1, p.52- 84, 2009.

GEBERA, O. W. T. La netnografía: un método de investigación en Internet. *Revista Iberoamericana de Educación*, n. 47/2, p.1-10, out. 2008. GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184p.

GRANOVETTER, Mark. The Strength of Weak Ties. In: *American Journal of Sociology*, vol. 78, n. 6, (1973) pp. 1360-1380.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Touro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HAN, S.; LERNER, J. S. Decision Making. In D. Sander and K. Scherer (Eds.), *The Oxford Companion to the Affective Sciences*. New York: Oxford University Press. (2009), p. 1-12.

HERRERA, Miguel Hexel; PASSERINO, Liliana Maria. **Estigma e ciberespaço: desafios da netnografia como metodologia para pesquisa de redes temáticas na blogosfera**. *Cinted*, Rio Grande do Sul, v. 6, n. 2, p.1-8, dez. 2008.

KOZINETS, R. V. On netnography: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. *Advances in Consumer Research*, v.25, p.366- 371, 1998.

KOZINETS, R. V. The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, v.39, n.1, p. 61- 72, fev. 2002.

KOZINETS, Robert V. **NETNOGRAFIA: A ARMA SECRETA DOS PROFISSIONAIS DE MARKETING:** Como o conhecimento das mídias sociais gera inovação. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2010. 16 p.

KOZINETS, Robert V. Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online. São Paulo: Penso, 2014. 208 p.

LÉVY, P. *Cibercultura*. Trad. Carlos Irineu da Costa. 2.ed. São Paulo: Editora 34, 2000. 260p.

LEMO, A. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2004. 295p.

LEMO, A.; LÉVY, P. *O Futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo: Editora Paulus, 2010. 258p.

LIMA JUNIOR, W. T. Mídia social conectada: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital. *LÍBERO Revista do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero*. Vol. 12, N. 24. 2009.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. *Metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 312p.

MARCHIORI, Patricia Zeni. O curso de gestão da informação da universidade federal do Paraná. **Transinformação**, Curitiba, v. 14, n. 1, p.83-97, jan. 2002.

MKONO, M. The othering of food in touristic eatertainment: a netnography. *Tourist Studies*, v.11, n.3, 253-270 p., 2011.

MILGRAM, S. The small world problem, *Psychology Today*, v.1, n.1, p. 61-67 May 1967.

NEGROPONTE, N. *Vida digital*. Trad. Sérgio Tellaroli. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NEWMAN, M. E. J. From the cover: the structure of scientific collaboration networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences of USA (PNAS)*, V. 98, P. 404-409, JAN 2001; 98: 404 – 409. Disponível em: <http://www.pnas.org/cgi/reprint/98/2/404>. Acesso em: <09/10/2014>.

NOVELI, M. Do off-line para o online: a netnografia como um método de pesquisa ou o que pode acontecer quando tentamos levar a etnografia para a Internet? *Organizações em Contexto*, v.6, n.12, p. 107-133, 2010.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/16498886/REDES-SOCIAIS-Raquel-Recuero>>. Acesso em: 10 out. 2014.

OLIVEIRA, M. M. *Como fazer pesquisa qualitativa*. 3. ed. revista e ampliada. Petrópolis: Vozes, 2010. 232p.

PAIVA, D. C. de. Modelagem e simulação de agentes com aspectos cognitivos para avaliação de comportamento social. Tese de doutorado. Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Orientador Prof. Dr. Marcio Lobo Netto. 2011.

PAIVA, D. C. de; PAIVA, V. M. N. de; Lima Junior, W. T.. Os sites de compra coletiva: uma análise com foco em aspectos cognitivos. WAIHCWS, 2012.

RHEINGOLD, H. *Comunidade virtual*. Trad. Helder Aranha. Lisboa: Gradiva, 1996.

RICHARDSON, R. J. *et al.* *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2011. 334p.

REBS, Rebeca Recuero. **Reflexão Epistemológica da Pesquisa Netnográfica**. 8. ed. Brasília: Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília, 2011. 28 p.

ROSVALL, M. Complex Networks and Dynamics of an Information Network Model. Dissertação (Mestrado em Engenharia Física). Universidade de Umea. Sweden. Orientadores Kim Sneppen e Petter Minnhagen, 2003.

SADE-BECK, L. *Internet ethnography: online and offline*. International Journal of Qualitative Methods, v.3, n.2, p. 1-14, jun. 2004. SANDLIN, J. A. Netnography as a consumer education research tool. *International Journal of Consumer Studies*, v.31, n.3, p. 288-294, 2007.

STEHLÉ, J.; BARRAT, A.; BIANCONI, G. Dynamical and bursty interactions in social networks. PACS n. 89.75.-k, 64.60.aq, 89.65.-s (2010).

TEIXEIRA FILHO, Jayme. Profissionais da informação. Insight Informal, n. 12, ago 1998. Disponível em: <<http://www.insightinformal.com.br.>>. Acesso em: 28 jun. 2001.

TEIXEIRA FILHO, Jayme. Gerenciando conhecimento. 2. ed. Rio de Janeiro: SENAC, 2001.

UFPR (2007): UFPR: Cursos e Profissões. Assessoria de Comunicação Social. Curitiba: UFPR - Universidade Federal do Paraná

WARD, K. J. The Cyber-Ethnographic (Re) Construction of Two Feminist Online Communities. *Sociological Research Online*, v.4, n.1, 1999. Disponível em: <<http://www.socresonline.org.uk/4/1/ward.html>> Acesso em: 12 fev. 2013.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. Social network analysis: methods and applications. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

WATTS, D. J.; STROGATZ, S. H. Collective dynamics of ‘small-world’ networks. *Nature*, n. 393, p. 440-442, 1998.

WATTS, Duncan J. Small Worlds: the dynamics of networks between order and randomness. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1999.